

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ มีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบการศึกษา ได้แก่ ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการศึกษา ระยะเวลาในการศึกษาและการรายงานผลการศึกษาดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าให้แก่บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ซึ่งประกอบไปด้วยทฤษฎี 2 แนวคิด คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าให้แก่บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจมีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ศึกษา (Population) คือ ฝ่ายจัดซื้อหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าอุตสาหกรรม ของโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จำนวน 65 โรงงาน (การนิคมอุตสาหกรรม, 2550: ออนไลน์) โดยเก็บข้อมูลจากทุกโรงงาน โรงงานละ 1 ราย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษารุ่นนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ข้อมูลที่นำมาทำการศึกษา เก็บรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ได้ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยสำรวจผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โรงงานละ 1 คน จำนวนทั้งสิ้น 65 คน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1. ข้อมูลจากสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน สภาอุตสาหกรรมจังหวัดลำพูน
2. ข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ตลอดจนสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลขององค์กร

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าให้แก่บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจมีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยเฉพาะบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้าน โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

คะแนนเฉลี่ยที่ได้ นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

การนำเสนอผลการศึกษา

ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาโดยการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจะนำไปวิเคราะห์โดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลสรุปที่ได้จะนำมาเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา โดยในการนำเสนอผลการศึกษานั้นสามารถแบ่งออกเป็น 5 บทดังนี้

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกิจการผู้นำเข้าสินค้าของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2551 – กันยายน 2552 และช่วงเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือน มีนาคม 2552 – พฤษภาคม 2552